

## DAFTAR PUSTAKA

Abderahman, K. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab-Food Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Kota Malang Yang Menggunakan Aplikasi Grab Food). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(2)..

Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Universitas Diponegoro

Herdana, Auditya, (2015), “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta)”. Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Maulidio, R. And Dwiastanti, A. (2022)

Sari, I. A. W., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7), 3820–3849.

Kotler, P. And Keller, K.. (2016) *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Mohammad Rizan And Arrasyid, H. (2021) „Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, Dan Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Di Bekasi“, *Siasat Bisnis*, 12(2), Pp. 129–147.

Putri, S.R., Apriatni And Nurseto, S. (2022) „Pengaruh Kualitas Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Simcard Gsm Simpati Pt Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang)“, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, (024), Pp. 1–10.

Rahmawati, D., Kusniawati, A. And Kasman (2020) „Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Samsung Smartphone“, Jurnal Bisnis Manajemen,2(1).

Suciningtyas, Wulan, (2012),” Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 3(1), 11–18.